



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2023 – Juni 2026
Institution	College 360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Katrine Nyholm Søgaard & (Katrine Tuelstrup fra okt. 2024 til jan. 2025)
Hold	Hhx3H

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb:

Forløb 1	Købsadfærd -grundforløb
Forløb 2	Den interne situation
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløb 4	Konkurrence- og brancheforhold
Forløb 5	Strategi - light
Forløb 6	Parametermix
Forløb 7	Markedsanalyse
Forløb 8	Parametermix
Forløb 9	Strategisk analyse
Forløb 10	Segmentering, Målgruppe & positionering
Forløb 11	Internationalisering light, Skriftlighed & E-case
Forløb 12	Købsadfærd B2B & repetition af købsadfærd B2B
Forløb 13	Internationalisering & Kultur
Forløb 14	Kultur & Internationale Parametermix
Forløb 15	Branding
Forløb 16	Marketing Plan
Forløb 17	Eksamens forløb: Selected (Bestseller)
Forløb 18	Repetition af 3 års pensum



Forløb 1	Købsadfærd -grundforløb
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden• 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet<ul style="list-style-type: none">○ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget
Omfang	8 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid: Done By Deer Sideantal: 32 sider
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Den eksterne situation Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse. Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.

Forløb 2	Den interne situation
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• 2. Den interne situation<ul style="list-style-type: none">○ 2.1 Virksomhedskarakteristik○ 2.2 Konkurrencedygtighed○ 2.5 Værdikæder○ 2.6 SW-opstilling Casearbejde om Hansen Flødeis kap 0



Omfang	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 36 sider
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Den eksterne situation Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuerligt fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation.

Forløb 3	Den eksterne situation
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• 3. Den eksterne situation<ul style="list-style-type: none">○ 3.1 Omverdensmodellen○ 3.2 OT-opstilling Casearbejde med Dancake
Omfang	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 16 sider
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Den eksterne situation Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst



	<ul style="list-style-type: none">indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Der arbejdes stadig med samme arbejdsformer. Forløbet afsluttes derudover med første projekt med en dertilhørende præsentation.

Forløb 4	Konkurrence- og branche
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">4. Konkurrenceforhold5. Brancheforhold Casearbejde om Stelton & Bakkedal
Omfang	13 lektioner á 60 minutter Afl levering af 5 timers fordybelsestid: BOLT energidrik Sideantal: 55 sider
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Den eksterne situation Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoderanvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaberudarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekstindsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere.

Forløb 5	Strategi light
-----------------	-----------------------



Indhold	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• 8. Strategi<ul style="list-style-type: none">○ 8.1 SWOT-opstilling○ 8.4 Konkurrencestrategier○ 8.5 Vækststrategier <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Case om Rema & Skagen Clothing
Omfang	<p>10 lektioner á 60 minutter</p> <p>Aflevering af 5 timers fordybelsestid: Rains</p> <p>Sideantal: 14 sider</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Strategi</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Som tidligere. Eleverne har arbejdet meget analogt med forskellige post-its som de har flyttet mellem analyser, SWOT, vækststrategier osv. Dette har skabt en tydelig forståelse for modellerne sammenhænge.</p>

Forløb 6	Parametermix – Produkt & Service produkt
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• 14. Marketingmix• 15. Produkt• 16. Serviceydelser



Omfang	37 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: RAINS Sideantal:
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Marketing mix Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere.

Forløb 7	Markedsanalyse
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 1 Markedsanalyse Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">• Opgave omkring Bülow lakrids
Omfang	Der er afholdt 13 lektioner á 60 minutter Aflevering á 4 timers fordybelsestid: Opgave omkring Markedsanalyse Sideantal: 47 sider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng



	<ul style="list-style-type: none">• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag• udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Væsentligste arbejdsformer	Teorien er gennemgået i et mix mellem deduktiv og induktiv undervisning. Løbende er der lavet både pararbejde og case-arbejde i makkerskabsgrupper.

Forløb 8	Parametermix
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• 14. Marketingmix• 15. Produkt• 16. Serviceydelser• 18. Pris• 20. Distribution• 22. Promotion <i>Markedskommunikation</i> , Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen <ul style="list-style-type: none">• 6-6.3 Digitale reklamemedier
Omfang	10 lektioner á 60 minutter (Sideantal: 194 sider) Aflevering af gl. eksamensopgave: Convinience produkter
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Marketing mix Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde, med fremlæggelser.



Forløb 9	Strategisk analyse (repetition af den interne og eksterne situation)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 8 Strategi• Kap. 10 Strategisk analyse Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">• Udvalgte klip Løvens Hule
Omfang	18 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: Discount markedet
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Derudover tværfagligt projektarbejde i grupper.

Forløb 10	Tværfagligt projekt med VØ - Strategi
Indhold	Afsluttende projekt med repetition af alt kernestof gennemgået i 1- og 2g med fokus på formulering af fremtidig strategi. Omhandlende Rejsebranchen
Omfang	6 lektioner á 60 minutter.

Forløb 11	Segmentering, målgruppevalg og positionering
------------------	---



Indhold	<p>Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none">• 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gallups kompas, tns-gallup.dk• Opgave med ”kender du typen”, hvor grupper fremlagde hver deres familie• TV udsendelser med ”kender du typen.• Egen opgave omkring Gajol
Omfang	<p>6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 50 sider</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Væsentligste arbejdsformer	<p>Arbejdsformer som normalt. Høj grad af autencitet, elevinddragelse og stilladsering. Længerevarende gruppearbejde, som skulle fremlægges med feedback.</p>

Forløb 11	Skriftlighed & øvelse med fokus på erhvervs-case
Indhold	<p>Øvelse i skriftlighed. Kernestof: opsummering af al den teori som vi har lært i 1. og 2. g Den skriftlige aflevering, samt øvelser fra bogen:</p> <p>SYSTIME: SKRIV ØKONOMISK af Peder Vinther Emdal Hay, Mikkel Brunvold, Brith Vester, Anette Lind & Nils Bøgelund Jensen (iBog)</p>
Omfang	<p>15 lektioner á 60 minutter. Aflevering a 5 timers fordybelsestid: Årsprøven: B&O gl eksamenssæt med nye spørgsmål.</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Faglige mål:</p>



	<ul style="list-style-type: none">• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag, både mundtligt og skriftligt.
--	--

Forløb 13	Købsadfærd B2B (& repetition af Købsadfærd på B2C)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 7 Købsadfærd på producentmarkedet• Kap 6 Købsadfærd på Konsumentmarkedet Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">• Caseopgave omkring Månsson• Caseopgave omkring Kirppu loppesupermarked
Omfang	Der er afholdt 17 lektioner á 60 minutter.
Særlige fokuspunkter	Skildring mellem B2B og B2C Perspektivering til købsadfærd på B2C Repetition af markedsanalyse Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Væsentligste arbejdsformer	Der er arbejdet med samme arbejdsformer som i den resterende del af undervisningen med fokus på høj grad af autencitet og elevinddragelse.



Forløb 14	Internationalisering & Kultur
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none">• Kap. 9-9.4 og 9.6 om Internationalisering<ul style="list-style-type: none">○ Eksportmotiv○ Eksportberedskab○ Internationaliseringsmodel○ Markedsudvælgelse• Kultur <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Case om Lakrids by Bülow
Omfang	<p>Der er afholdt 9 lektioner á 60 minutter.</p> <p>Aflevering med 5 timers fordybelsestid – Wally & Whiz -gl eksamensopgave</p> <p>Sideantal: 50 sider</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at udfolde vækststrategien <i>markedsudvikling</i>, både set i afsætningsmæssig og ikke mindst i e-case sammenhæng. Eleverne har efterspurgt viden om internationalisering i forbindelse med strategi-projektet, hvor flere elever havde markedsudvikling som en del af de fremtidige tiltag.</p> <p>Fokus har været på at give eleverne en kort introduktion til emnet som gør dem i stand til at udfolde <i>markedsudvikling</i> både analytisk og som en diskussion.</p> <p>Selvom dette ikke er kernestof på afsætning B har jeg valgt at gennemgå emnet allerede i 2g af hensyn til e-case.</p> <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	<p>Da forløbet er placeret i slutningen af skoleåret har der været høj grad af elev-involvering og inddragelse, altså deduktiv undervisning.</p>



Forløb 15	De 4 internationale P'er
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 17-19-21-23 & 24
Omfang	Der er afholdt 25 lektioner á 60 minutter. Aflevering á 5 timers fordybelsestid – Roccamore (gammel eksamenscase) Denne opgave blev der fokuseret særligt på, med henblik på øve skriftlighed til eksamen, med genaflevering af opgave 5
Særlige fokuspunkter	Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at blive klogere på afsætning i det internationale perspektiv. Især en grundig forståelse for kulturteoriene og forskellene på den danske kultur ift kultur i andre lande. Dernæst fokus på de internationale P'er. Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst internationalt.• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Fokus har været at lære eleverne at kende og deres færdigheder. Der har været meget klasseundervisning med diskussion af emnerne, samt mindre case-opgaver løst i par/ mindre grupper.

Forløb 16	Branding (supplerende stof)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 22 Promotion Og SYSTIME: MARKEDSKOMMUNIKATION af Michael Bregendahl, Morten Haase og Jan Halberg Madsen <ul style="list-style-type: none">• Kap 3: Branding Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">• The joneses (spillefilm om Stealth Marketing)



	<ul style="list-style-type: none">• The greatest movie ever sold, dokumentar af Morgan Spurlock. En film om Neuromarketing, Product placement & Branding.
Omfang	Der er afholdt 5 lektioner á 60 minutter. Aflevering: Egen opgave omkring Soda Stream
Særlige fokuspunkter	Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at supplere deres viden omkring Marketing & Branding. Dette emne klæder dem på til den forestående SOP skrivning og giver dem en bredere forståelse for hvor mange facetter der findes indenfor Marketing. Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Væsentligste arbejdsformer	Primært klasseundervisning og efterfølgende diskussion af forskellige problemstillinger vedrørende ovenstående emner og film. Par arbejde ved mindre opgaver.

Forløb 17	Marketing plan
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 25
Omfang	Der er afholdt 9 lektioner á 60 minutter. Aflevering á 5 timers fordybelsestid – De skal lave et projekt som også skulle fremlægges. Hver gruppe fik hver sin opgave fra de tværfaglige cases i Systime bogen, hhv: <ul style="list-style-type: none">• Carlsberg 1883• IP Nordic• Luksus Baby• Guldsmiden Hotels• Airtox• Mentor Danmark
Særlige fokuspunkter	Afsluttende emne... opsamling af især teorierne om situationsanalysen. Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt & globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder



	<ul style="list-style-type: none">• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst nationalt og internationalt.• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Fokus har været på elevernes mundtlige færdigheder. De har arbejdet i par eller mindre grupper og øvet marketing plan, med fokus på fremlæggelser.

Forløb 18	Eksamensprojekt & virksomhedsbesøg
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Hele bogen og særligt kap 25 -marketing planen 4 Virksomhedsbesøg hos virksomheden Muscle House
Omfang	Der er afholdt 21 lektioner á 60 minutter. Afleveringer á 7 timers fordybelsestid -Eksamensprojekt "Selected"
Særlige fokuspunkter	Grupper skal lave en Marketingplan for Selected. Casen er valgt da klassen af skolen bestemt er partner med virksomheden. Virksomhedspartnerskabet er etableret da klassen startede i studieretningsklassen. Klassen har været på besøg ved virksomheden 4 gange fordelt over 3 år, og har ved hvert besøg lært en ny dimension af virksomheden at kende. Fx Marketing afdelingen, salg og produktion, økonomiafdelingen osv. I eksamensprojektet skulle eleverne lave: Situationsanalyse (Intern & ekstern analyse, Købsadfærd på B2B og B2C, Konkurrent/brancheanalyse og Marketing Mix.), Strategi, Marketingplan, Budget & Effektmåling og en Diskussion om sammenhængen mellem strategiprocesen og marketingplanen. <div style="border: 1px solid black; background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Fokus på opgaven: Hvordan kan vi forbedre kendskabet (brand awareness) til Selected (Bestseller) og dermed forbedre deres overordnede brand?</div> En PP eller lign skal udarbejdes op til fremlæggelsen, som dermed kan medtages til mundtlig eksamen. Inkluderet i marketingplanen skal der indgå et kreativt forslag til hvordan man får forbedret deres overordnede Brand nationalt!?
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, udarbejdelse af projektet som skal danne baggrund for en eventuel mundtlig eksamen, samt en præsentation på 40 min pr. gruppe



Forløb 19	Repetition af kernestofområderne med fokus på eksamen
Indhold	Repetition af alt kernestof gennemgået i gennem alle 3 år med fokus på mulig eksamen i både mundtlig og skriftlig afsætning.
Særlige fokuspunkter	Klassen fik en oversigt over alle kernestofområderne og de vejledende punkter fra vejledningen til lærerplanen. De gik derefter i par og læste op på enkelte punkter fra oversigten, som de efterfølgende skulle fremlægge foran klassen. Derved blev alle kernestofområderne repeteret af eleverne selv.
Væsentligste arbejdsformer	Mundtlige fremlæggelser, par arbejde og lærerstyret undervisning.